



ماجستير خاص
MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير شهادة خاصة MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة الى: الخريجين والمهنيين ذوي الخبرة الواضحة في التوجيه والإدارة

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-strategy-cso-chief-strategy-officer

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا برنامجنا؟	02	لماذا الدراسة في جامعة TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06		05	الكفاءات		
	صفحة 36		صفحة 24		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 70		صفحة 48		صفحة 44		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 78		صفحة 74				

كلمة الترحيب

إن تزايد المنافسة يعني ضرورة تحسين استراتيجيات الأعمال وتكييفها مع المواقف غير المؤكدة. لهذا السبب، يتم إعطاء أهمية متزايدة لشخصية Chief Strategy Officer أو Chief Strategy Officer. يجب أن يتمتع هذا المدير بمهارات واسعة في الإدارة الإستراتيجية والسلوك التنظيمي وتحليلات الأعمال business analytics والتخطيط. في هذا البرنامج، سيتمكن رائد الأعمال من الوصول إلى المفاتيح والمهارات اللازمة لوضع نفسه كمنظمة مجتمع مدني مرموقة، والوصول إلى المواد التعليمية المكتوبة من قبل قادة متمرسين في مجال التحليل الاستراتيجي، بمنهجية عبر الإنترنت 100%. يضاف إلى ذلك إمكانية الوصول إلى سلسلة حصريّة مكونة من 10 فصول رئيسية متقدمة Masterclasses متكاملة، صممها متخصص دولي مرموق في الإدارة والاستراتيجية وتطوير الأعمال.



بفضل هذا المؤهل العلمي المبتكر من TECH، ستتمكن من الوصول إلى مجموعة مكونة من 10 فصول رئيسية متقدمة Masterclasses فريدة وإضافية، تم تطويرها بواسطة خبير دولي في الإدارة والاستراتيجية وتطوير الأعمال"



لماذا تدرس في TECH؟

جامعة TECH هي أكبر كلية إدارة أعمال في العالم 100% عبر الإنترنت. إنها مدرسة إدارة أعمال النخبة، ذات نموذج الحد الأقصى من المتطلبات الأكاديمية. مركز دولي عالي الأداء، يتمتع بتدريب مكثف على المهارات الإدارية.



جامعة TECH هي جامعة تكنولوجية رائدة، تضع جميع مصادرها في متناول الطلاب لمساعدتهم على تحقيق النجاح في إدارة الأعمال"



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية. إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكبر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

"قصة نجاح Microsoft Europe" وذلك لدمج نظام الفيديو التفاعلي الجديد في البرامج.

أعلى المعايير



معايير القبول جامعة TECH ليست مادية. ليس هناك حاجة إلى القيام باستثمار كبير للدراسة معنا. بالطبع، من أجل الحصول على مؤهل من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتم اختبار ذكاء الطالب وقدرته إلى أقصى حدوده. المعايير الأكاديمية للمؤسسة عالية بشكل استثنائي..

من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح. **95%**

إقامة شبكة جيدة من العلاقات

يشترك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للطالب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.



+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات **+500**

الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.

تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

سياق متعدد الثقافات



عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطلاب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطلاب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم (Relearning) (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة، التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، فتخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الإقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحداثة في المشهد الأكاديمي "

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا.

إنه تحد يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.

نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج تعليمية
كاملة في السوق، مما يتيح لنا أن نقدم لك تدريباً على
أعلى مستوى أكاديمي"



سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية،
لا سيما ما يلي:

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً
إيجابياً في أقل من عامين.

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

03

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

تعني الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية فتح الأبواب أمام مجموعة واسعة من الفرص المهنية للطلاب لوضع أنفسهم كمديرين تنفيذيين كبار، مع رؤية واسعة للبيئة الدولية.

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

سيغطي البرنامج أحدث الاتجاهات والتقدم، والاستراتيجيات حتى يتمكن الطلاب من القيام بعملهم المهني في بيئة متغيرة.

45% ممن يتم ترقيتهم من الطلاب
في وظائفهم من خلال الترقية الداخلية.

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراته الشخصية ليصبح قائدًا يُحدث فرقًا.

07

حسن مهارات الاتصال والقيادة لديك
وامنح حياتك المهنية دفعة قوية للأمام.

كن جزءًا من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءًا من مجتمع من نخبة المديرين والشركات الكبيرة والمؤسسات المشهورة والأساتذة المؤهلين من أرقى الجامعات في العالم، مجتمع TECH التكنولوجية.

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دوليًا.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة TECH التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

سيكتسب الطلاب رؤية إستراتيجية عميقة من شأنها مساعدتهم على تطوير مشروعهم الخاص، مع مراعاة المجالات المختلفة في الشركات.

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

04 الأهداف

لقد تم تصميم هذا البرنامج مع وضع هدف واضح في الاعتبار وهو إتقان مهارات المدير لدعم عرض القيمة الخاص به مثل Chief Strategy Officer. لتحقيق هذه الغاية، ستتم مناقشة جميع المواضيع النظرية ذات الصلة بتطوير وإنشاء استراتيجيات الأعمال في جميع أنحاء المنهج الدراسي بأكمله، مع وضعها في سياق مناسب مع حالات وأمثلة حقيقية تسهل التعلم.

سيكون لديك حق الوصول الكامل إلى القراءات التكميلية التي تم اختيارها خصيصًا من قبل فريق التدريس، وستكون قادرًا على التعمق في الموضوعات الإستراتيجية التي تهتمك أكثر"



أهدافك هي أهدافنا.
نعمل معًا لمساعدتك في تحقيقها.

MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer) سوف يقوم بتدريب الطالب على:

01

تحديد عناصر الاستراتيجية باعتبارها الأساس الرئيسي للتوجه الاستراتيجي

02

التعرف على أنواع الإستراتيجية المختلفة التي يمكن تنفيذها في الشركة

03

تحليل السلوك الاستراتيجي للمنظمة على مستويات مختلفة

04

وضع وتنفيذ أنسب استراتيجية لتحقيق أهداف الشركة

05

وصف منطق عملية التوجيه الاستراتيجي ومعنى كل مرحلة من مراحلها

تحديد مسارات النمو المختلفة للشركات

08

تحديد العلاقات الأساسية للشركة مع بيئتها

06

تطبيق المعرفة النظرية على المواقف الواقعية من خلال حالات عملية

09



تعزيز الموقف الريادي والإبداعي

10

تحليل تأثير أصحاب المصلحة Stakeholders أو مجموعات المصالح على الشركة

07

تطوير المهارات القيادية التي تحقق تحفيز الفريق

14

وصف الخصائص والمشاكل والآثار البشرية والاقتصادية والسياسية والقانونية والتنظيمية للطرائق المختلفة للتنمية الاستراتيجية

11

تطوير استراتيجيات ومنهجيات لتنفيذ عمليات صنع القرار في المواقع الحرجة أو الحاسمة

12

تطبيق التقنيات المناسبة لإدارة الموارد البشرية

13



تنفيذ سياسات التسعير

16

تطبيق تقنيات التسويق التي تعزز المعرفة بالشركة

15

الإدارة السليمة للمشتريات وسلسلة التوريد

17

التعرف على البيئة المعولمة التي تعمل فيها الشركة ووضع استراتيجيات
تدعم تدويل الشركة

18



الكفاءات

لضمان التطوير الشامل والفعال للمهارات الأساسية في العمل اليومي للرئيس التنفيذي، Chief Strategy Officer ركزت TECH بشكل خاص في جميع أنحاء البرنامج على اكتساب وتحسين المهارات الشخصية الأكثر طلبًا. هذا يستلزم تركيزًا أكبر على قضايا مثل إدارة المواهب، أو إدارة الأفراد، أو إدارة الوقت والجهد، وكلها مهارات ذات قيمة عالية لدى مديري القرن الحادي والعشرين.



ستوجه حياتك المهنية نحو أعلى مستوى من
الإستراتيجية التشغيلية والتجارية، وستكتسب
دور Chief Strategy Officer بملاءة وفعالية"



اكتشاف فرص عمل جديدة وراهن على الابتكار وريادة الأعمال

01

إجراء التحليل الاستراتيجي الداخلي والخارجي

04

القيام بالإدارة المالية للشركة

02

تصميم وتنفيذ التخطيط الاستراتيجي الذي يلبي أهداف الشركة ومعايير
الاستدامة الحالية

03

تطوير استراتيجيات للوقاية من المخاطر ومكافحتها

05



06

تطوير المهارات الإدارية اللازمة لمعرفة كيفية إدارة جميع أقسام الشركة

08

تطبيق إستراتيجية دولية تسمح بتحسين المنافع للشركة

09

تصميم استراتيجية شراء وتوريد تتيح تحسين ربحية الشركة

07

تحليل بيانات إستراتيجية الشركة

10

تطبيق تقنيات التدريب والذكاء العاطفي لتوجيه وتعزيز أداء العاملين



الهيكل والمحتوى

تم تنظيم MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer) وفقاً للمنهجية التربوية الخاصة في TECH، إعادة التعلم، Relearning والتي تتيح المرونة الكاملة عند تحمل عبء التدريس. يتم تحقيق وفورات كبيرة في عدد ساعات الدراسة المستثمرة، حيث يتم اكتساب المفاهيم الأكثر أهمية حول الإستراتيجية والإدارة بشكل طبيعي، مع تكرارها طوال البرنامج بأكمله.



نحن نضع كافة مواردنا تحت تصرفكم حتى تتمكنوا من
تطوير المهارات اللازمة لتحقيق مستقبل مهني ناجح"



خطة الدراسة

MBA في الإستراتيجية (CSO , Chief Strategy Officer) من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف من شأنه إعدادك لمواجهة التحديات وقرارات العمل على المستوى الاستراتيجي والإدارة العامة.

هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني، لمساعدتك على تحقيق النجاح. تم تصميم محتوى البرنامج لتعزيز تطوير المهارات الإدارية التي تسمح باتخاذ القرار بمزيد من الصرامة في البيئات غير المؤكدة.

خلال هذا البرنامج، ستقوم بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، وتحقيق التعلم المتعمق الذي سيسمح لك بتطبيق المعرفة التي تعلمتها في ممارستك اليومية. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتعامل هذا البرنامج بعمق مع مجالات مختلفة من الشركة وهو مصمم لتخصص المديرين الذين يفهمون الإدارة الإستراتيجية من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

تم تطوير هذا الماجستير الخاص على مدار 12 شهرًا وينقسم إلى 15 وحدة:

الإدارة والاستراتيجية	الوحدة 1
طرق التنمية الاستراتيجية	الوحدة 2
التخطيط الاستراتيجي ومراقبة الإدارة المالية	الوحدة 3
السلوك التنظيمي	الوحدة 4
إدارة الأفراد الإستراتيجية	الوحدة 5
مهارات الإدارة	الوحدة 6
الإستراتيجية في إدارة التسويق (Strategy in Marketing Management)	الوحدة 7
استراتيجية العمل واستراتيجية العمليات	الوحدة 8
الأعمال التجارية والاستراتيجية الدولية	الوحدة 9
Business analytics and Big Data	الوحدة 10
القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	الوحدة 11
قيادة لأفراد وإدارة المواهب	الوحدة 12
الإدارة الاقتصادية والمالية	الوحدة 13
الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي	الوحدة 14
Management اللادارة	الوحدة 15

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية تطوير ماجستير Executive MBA ((CSO, Chief Strategy Officer)) بالكامل عبر الإنترنت. خلال 12 شهر من التخصص، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

إنها تجربة تعليمية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطور المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. الإدارة والاستراتيجية

<p>4.1 . استراتيجية مؤسسية</p> <p>1.4.1 . قيادة استراتيجية الشركة</p> <p>2.4.1 . استراتيجية إيقاع الشركات</p> <p>3.4.1 . صياغة استراتيجية الشركة</p>	<p>3.1 . استراتيجية تنافسية</p> <p>1.3.1 . تحليل السوق</p> <p>2.3.1 . ميزة تنافسية مستدامة</p> <p>3.3.1 . عائد الاستثمار</p>	<p>2.1 . القرارات وصنع القرار الاستراتيجي</p> <p>1.2.1 . حوكمة الشركات</p> <p>2.2.1 . الفرق القيادية</p> <p>3.2.1 . خلق القيمة</p>	<p>1.1 . التفكير الاستراتيجي</p> <p>1.1.1 . الاستراتيجية والغرض منها</p> <p>2.1.1 . التفكير الاستراتيجي والمهارات الاستراتيجية</p> <p>3.1.1 . التفكير الجانبي واستراتيجية المحيطات الزرقاء</p> <p>4.1.1 . علم العصاب المطبق على الاستراتيجيات</p>
<p>8.1 . إدارة الجودة الشاملة والإدارة المتقدمة للمشاريع</p> <p>1.8.1 . (إدارة الجودة الشاملة) (Total Quality Management)</p> <p>2.8.1 . ستة سيجما Six Sigma كنظام لإدارة الأعمال</p> <p>3.8.1 . نموذج المؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة</p>	<p>7.1 . نماذج التحليل الاستراتيجي</p> <p>1.7.1 . التحليل الداخلي</p> <p>2.7.1 . التحليل الخارجي</p> <p>3.7.1 . مصادر الميزة التنافسية في القطاع</p> <p>4.7.1 . مزايا وعيوب وفعالية التحليل الاستراتيجي</p>	<p>6.1 . تنفيذ الإستراتيجية</p> <p>1.6.1 . نظم المؤشرات ونهج العملية</p> <p>2.6.1 . الخريطة الإستراتيجية</p> <p>3.6.1 . التمايز والمحاذاة</p>	<p>5.1 . التخطيط والاستراتيجية</p> <p>1.5.1 . أهمية الاتجاه الاستراتيجي في عملية الرقابة الإدارية</p> <p>2.5.1 . تحليل البيئة والتنظيم</p>
		<p>10.1 . الأخلاقيات Strategic Management</p> <p>1.10.1 . دمج الأخلاقيات والاستراتيجية</p> <p>2.10.1 . الحافز الإنساني والأخلاقي</p> <p>3.10.1 . الجودة الأخلاقية للمنظمات</p>	<p>9.1 . Lean Management</p> <p>1.9.1 . المبادئ الأساسية Lean Management</p> <p>2.9.1 . مجموعات التحسين وحل المشكلات</p> <p>3.9.1 . أشكال جديدة من الصيانة وإدارة الجودة</p>

الوحدة 2. طرق التنمية الاستراتيجية

<p>4.2 . سياسات الاستثمار</p> <p>1.4.2 . مناهج تقييم الشركات</p> <p>2.4.2 . الإستراتيجية والتحكم في المخاطر</p> <p>3.4.2 . مصادر التمويل</p>	<p>3.2 . الابتكار الاستراتيجي</p> <p>1.3.2 . الابتكار المفتوح واللوب الثلاثي</p> <p>2.3.2 . عوامل النجاح والفشل في الابتكار</p> <p>3.3.2 . تأثير إدارة الابتكار على أداء الأعمال</p> <p>4.3.2 . التفكير الإبداعي Design Thinking</p>	<p>2.2 . ريادة الأعمال للشركات</p> <p>1.2.2 . استكشاف فرص عمل جديدة</p> <p>2.2.2 . وضع النماذج الأولية والتنمية الداخلية</p> <p>3.2.2 . عوامل التغيير الداخلي</p> <p>4.2.2 . المشاريع الناشئة والاضطراب</p>	<p>1.2 . التحالفات الاستراتيجية</p> <p>1.1.2 . المشاريع المشتركة</p> <p>2.1.2 . اتحادات التصدير</p> <p>3.1.2 . مراكز الشراء</p> <p>4.1.2 . أنواع أخرى من التعاون</p>
<p>8.2 . اتجاهات تطوير الاستراتيجية</p>	<p>7.2 . استراتيجيات التنوع</p> <p>1.7.2 . التخصص مقابل التنوع</p> <p>2.7.2 . اختيار طريقة الدخول في التنوع</p> <p>3.7.2 . تنوع الأعمال والنتائج</p> <p>4.7.2 . استراتيجيات إعادة هيكلة محفظة الأعمال</p>	<p>6.2 . عمليات الاندماج والاستحواذ</p> <p>1.6.2 . الآثار المالية والتنظيمية لعمليات الاندماج والاستحواذ</p> <p>2.6.2 . تحليل وتقييم أوجه التأثير.</p> <p>3.6.2 . تقنيات وأساليب التفاوض.</p>	<p>5.2 . التنمية الداخلية</p>
		<p>10.2 . التحديات والآثار المترتبة على تطوير الاستراتيجية</p>	<p>9.2 . معايير النجاح</p>

الوحدة 3. التخطيط الاستراتيجي ومراقبة الإدارة المالية

<p>1.3 الرقابة الإدارية</p> <p>1.1.3 السياسة المالية والنمو</p> <p>2.1.3 المعلومات كأداة للرقابة الإدارية</p> <p>3.1.3 الرقابة الإدارية كنظام للتخطيط والإدارة</p> <p>4.1.3 وظائف Controller</p> <p>5.1.3 نطاق تطبيق الرقابة الإدارية</p>	<p>2.3 المعلومات المالية وقرارات الإدارة</p> <p>1.2.3 المحاسبة المالية أو القانونية</p> <p>2.2.3 التكلفة أو المحاسبة التحليلية</p> <p>3.2.3 المحاسبة الرقابية</p>	<p>3.3 إدارة الخزينة</p> <p>1.3.3 رأس المال العامل المحاسبي ورأس المال العامل الضروري</p> <p>2.3.3 حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال</p> <p>3.3.3 إدارة الائتمان</p> <p>4.3.3 إدارة الأموال والأصول family offices</p>	<p>4.3 إدارة النقدية Cash Management</p> <p>1.4.3 التمويل المصرفي لرأس المال المتداول</p> <p>2.4.3 تنظيم قسم الخزينة</p> <p>3.4.3 إدارة مركزية للخزينة</p>
<p>5.3 تخطيط ومراقبة مراكز المسؤولية</p> <p>1.5.3 تصميم نظام تحكم إداري</p> <p>2.5.3 الانحرافات في الرقابة الإدارية</p>	<p>6.3 عملية الصياغة والتخطيط الاستراتيجي</p> <p>1.6.3 صياغة ومحتوى الخطة الاستراتيجية</p> <p>2.6.3 بطاقة قياس الأداء المتوازن</p> <p>3.6.3 المصطلحات والمفاهيم الأساسية</p>	<p>7.3 التخطيط التنظيمي</p> <p>1.7.3 وحدات الأعمال والتسعير التحويلي</p> <p>2.7.3 مراكز التصنيع والإنتاج والدعم والمبيعات</p> <p>3.7.3 اختصاصات ومسؤوليات الإدارة المالية</p>	<p>8.3 المؤشرات كأداة تحكم</p> <p>1.8.3 لوحة التحكم</p> <p>2.8.3 عدد وشكل المؤشرات</p> <p>3.8.3 التخطيط الاستراتيجي</p>
<p>9.3 الإدارة لخلق القيمة</p>	<p>10.3 تمويل تطوير الإستراتيجية</p>		

الوحدة 4. السلوك التنظيمي

<p>1.4 السلوك التنظيمي</p> <p>1.1.4 المنظمات</p> <p>2.1.4 نظرية المنظمة</p> <p>3.1.4 المنظمات ، الأفراد والمجتمع</p> <p>4.1.4 التطور التاريخي للسلوك التنظيمي</p>	<p>2.4 الثقافة التنظيمية</p> <p>1.2.4 القيم والثقافة التنظيمية</p> <p>2.2.4 عناصر التغيير الرئيسية في المنظمات</p> <p>3.2.4 تطور الفكر العلمي والتنظيم كنظام</p> <p>4.2.4 الثقافة والتحول</p>	<p>3.4 إدارة المنظمة</p> <p>1.3.4 المستويات والصفات الإدارية</p> <p>2.3.4 وظيفة التخطيط والتنظيم</p> <p>3.3.4 وظيفة الإدارة والتحكم</p> <p>4.3.4 الدور الجديد لمدير الموارد البشرية</p>	<p>4.4 إدارة المعرفة</p> <p>1.4.4 الذكاء الجماعي مقابل إدارة المعرفة</p> <p>2.4.4 وجهات نظر وأدوات لإدارة المعرفة</p> <p>3.4.4 البيئات التعاونية ومجتمعات تعليمية</p>
<p>5.4 الناس في المنظمات</p> <p>1.5.4 جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية</p> <p>2.5.4 فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>3.5.4 التدريب وإدارة الفريق</p>	<p>6.4 هيكل المنظمة</p> <p>1.6.4 آليات التنسيق الرئيسية</p> <p>2.6.4 الأقسام والمخططات التنظيمية</p> <p>3.6.4 السلطة والمسؤولية</p> <p>4.6.4 التمكين</p>	<p>7.4 أنواع الهياكل</p>	<p>8.4 الإجراءات</p>
<p>9.4 علاقات</p>	<p>10.4 الإعدادات</p>		

الوحدة 5. إدارة الأفراد الإستراتيجية

<p>4.5 تحليلات الموارد البشرية HR analytics</p> <p>1.4.5 البيانات الضخمة وذكاء الأعمال. ذكاء الأعمال</p> <p>2.4.5 تحليل ونمذجة بيانات الموارد البشرية</p> <p>3.4.5 تصميم وتطوير مقاييس الموارد البشرية.</p>	<p>3.5 التصميم التنظيمي الاستراتيجي</p> <p>1.3.5 نموذج شريك العمل</p> <p>2.3.5 Share Services</p> <p>3.3.5 التعاقد الخارجي Outsourcing</p>	<p>2.5 التفكير الاستراتيجي والنظام</p> <p>1.2.5 الشركة كنظام</p> <p>2.2.5 التفكير الاستراتيجي المستمد من ثقافة الشركة</p> <p>3.2.5 النهج الاستراتيجي من إدارة الأفراد</p> <p>4.2.5 تصميم وتنفيذ السياسات والممارسات المتعلقة بشؤون الموظفين</p>	<p>1.5 القيادة الإستراتيجية لاقتصاد الأصول غير الملموسة</p> <p>1.1.5 استراتيجيات التوافق الثقافي</p> <p>2.1.5 قيادة الشركات والمفاضلة</p> <p>3.1.5 عامل التغيير والتحول</p>
<p>8.5 منظمة شخصية</p>	<p>7.5 إدارة الموارد البشرية</p>	<p>6.5 التدقيق والرقابة الإستراتيجية في إدارة الأفراد</p> <p>1.6.5 أسباب التدقيق</p> <p>2.6.5 أدوات جمع المعلومات وتحليلها</p> <p>3.6.5 تقرير التدقيق</p>	<p>5.5 القيادة الاستراتيجية</p> <p>1.5.5 نماذج القيادة</p> <p>2.5.5 التدريب</p> <p>3.5.5 التوجيه</p> <p>4.5.5 القيادة التحويلية</p>
		<p>10.5 الميزة التنافسية على أساس الموظفين</p>	<p>9.5 الموظفين والسلوك</p>

الوحدة 6. مهارات الإدارة

<p>4.6 إدارة الفرق</p> <p>1.4.6 فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>2.4.6 إدارة مراحل التغيير</p> <p>3.4.6 إدارة فرق متعددة الثقافات</p> <p>4.4.6 التدريب</p>	<p>3.6 Branding شخصي</p> <p>1.3.6 استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية</p> <p>2.3.6 قوانين branding التجارية الشخصية</p> <p>3.3.6 أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية</p>	<p>2.6 التواصل والقيادة</p> <p>1.2.6 القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.2.6 تحفيز</p> <p>3.2.6 مهارات وقدرات القائد 0.2</p>	<p>1.6 خطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>1.1.6 الإعلام بين الأشخاص</p> <p>2.1.6 مهارات الإعلام والتأثير</p> <p>3.1.6 حواجز التواصل</p>
<p>8.6 إدارة الوقت</p> <p>1.8.6 التخطيط والتنظيم والرقابة</p> <p>2.8.6 منهجية إدارة الوقت</p> <p>3.8.6 خطط العمل</p> <p>4.8.6 أدوات لإدارة الوقت بشكل فعال</p>	<p>7.6 رأس المال العلائقي: العمل الجماعي coworking</p> <p>1.7.6 إدارة الثروات البشرية</p> <p>2.7.6 تحليل الأداء</p> <p>3.7.6 إدارة المساواة والتنوع</p> <p>4.7.6 الابتكار في إدارة الأفراد</p>	<p>6.6 الذكاء العاطفي</p> <p>1.6.6 الذكاء العاطفي والإعلام</p> <p>2.6.6 الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>3.6.6 تقدير الذات واللغة العاطفية</p>	<p>5.6 التفاوض وحل النزاعات</p> <p>1.5.6 تقنيات التداول الفعال</p> <p>2.5.6 الصراعات الشخصية</p> <p>3.5.6 التفاوض بين الثقافات</p>
		<p>10.6 إدارة التغيير الاستراتيجية</p>	<p>9.6 نظرية الألعاب</p>

<p>4.7 استراتيجيات تطوير المنتجات الجديدة</p> <p>1.4.7 الإبداع والابتكار في التسويق</p> <p>2.4.7 توليد وترشيح الأفكار</p> <p>3.4.7 تحليل الجدوى التجارية</p> <p>4.4.7 التطوير واختبارات السوق والتسويق</p>	<p>3.7 أبعاد استراتيجية التسويق</p> <p>1.3.7 الموارد والاستثمارات المطلوبة</p> <p>2.3.7 أساسيات الميزة التنافسية</p> <p>3.3.7 السلوك التنافسي للشركة</p> <p>4.3.7 Focus Marketing</p>	<p>2.7 دور التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.2.7 استراتيجيات التسويق الرئيسية</p> <p>2.2.7 التقسيم والاستهداف Targeting وتحديد المواقع</p> <p>3.2.7 إدارة التسويق الاستراتيجي</p>	<p>1.7 إدارة التسويق Marketing Management</p> <p>1.1.7 تحديد المواقع وخلق القيمة</p> <p>2.1.7 توجيه الشركة ووضعها في التسويق</p> <p>3.1.7 التسويق الاستراتيجي مقابل التسويق التشغيلي</p> <p>4.1.7 أهداف إدارة التسويق</p> <p>5.1.7 الاتصالات التسويقية المتكاملة</p>
<p>8.7 تطوير خطة التسويق</p> <p>1.8.7 التحليل والتشخيص</p> <p>2.8.7 القرارات الاستراتيجية</p> <p>3.8.7 القرارات التشغيلية</p>	<p>7.7 استراتيجيات التوزيع والتوسع والوساطة</p> <p>1.7.7 الاستعانة بمصادر خارجية من فرق المبيعات وخدمة العملاء</p> <p>2.7.7 اللوجستيات التجارية في إدارة مبيعات المنتجات والخدمات</p> <p>3.7.7 إدارة دورة المبيعات</p>	<p>6.7 استراتيجيات الترويج والتسويق Merchandising</p> <p>1.6.7 إدارة الإعلانات</p> <p>2.6.7 خطة الاتصال والإعلام</p> <p>3.6.7 التجارة Merchandising كأسلوب تسويق</p> <p>4.6.7 الترويج المرئي</p>	<p>5.7 سياسات التسعير</p> <p>1.5.7 الأهداف قصيرة وطويلة المدى</p> <p>2.5.7 أنواع التسعير</p> <p>3.5.7 العوامل المؤثرة في تحديد السعر</p>
<p>10.7 التسويق الدولي</p>			<p>9.7 وسائل التسويق الجديدة</p>

الوحدة 8. استراتيجيات العمل واستراتيجية العمليات

<p>4.8 اتخاذ القرار في مجال الخدمات اللوجستية</p> <p>1.4.8 تحليل القرار</p> <p>2.4.8 الإدارة والتخطيط العام للعمليات</p> <p>3.4.8 إدارة المخاطر في SC</p> <p>4.4.8 اتخاذ القرارات Soft وHard</p>	<p>3.8 استراتيجيات العمليات</p> <p>1.3.8 مقدمة في الإستراتيجية والمستويات الإستراتيجية</p> <p>2.3.8 إدارة العمليات</p> <p>3.3.8 إدارة Stocks (المخزون)</p>	<p>2.8 رؤية عالمية Supply Chain Management</p> <p>1.2.8 الفرص والتحديات لدارة الأمدادات</p> <p>2.2.8 التصميم الاستراتيجي لسلسلة التوريد Supply Chain</p> <p>3.2.8 الاتجاهات</p>	<p>1.8 سيناريوهات جديدة في Supply Chain Management</p> <p>1.1.8 الإدارة في بيئات متعددة الثقافات</p> <p>2.1.8 الابتكار في إدارة الأمدادات</p> <p>3.1.8 توجيه الطلب من خلال عمليات مرنة</p> <p>4.1.8 الفلسفات والتقنيات المستخدمة في اليابان</p>
<p>8.8 تصميم استراتيجية الشراء</p> <p>1.8.8 الاستعانة بمصادر خارجية</p> <p>2.8.8 إسناد العمليات</p> <p>3.8.8 العولمة</p> <p>4.8.8 النقل</p>	<p>7.8 المصادر الاستراتيجية</p> <p>1.7.8 اختيار وتطوير الموردين</p> <p>2.7.8 توليد القيمة من العرض الاستراتيجي</p> <p>3.7.8 مشغلي الإمداد والتموين</p>	<p>6.8 إدارة المشتريات الاستراتيجية</p> <p>1.6.8 التحديات الجديدة في إدارة الشراء Sourcing والإستعانة بالمصادر والإمدادات</p> <p>2.6.8 وظيفة الشراء في الشركة وفي سلسلة التوريد</p> <p>3.6.8 وظيفة الشراء كمزود للموارد</p> <p>4.6.8 الجوانب القانونية لوظيفة الشراء</p>	<p>5.8 Lean Operations Strategy</p> <p>1.5.8 أوجه التآزر الاستراتيجية مع المجالات الوظيفية</p> <p>2.5.8 مشغلي الخدمات اللوجستية</p> <p>3.5.8 مصفوفة العملية-المنتج</p>
<p>10.8 استراتيجيات عمليات الخدمات</p>			<p>9.8 استراتيجيات عمليات التصنيع</p>

الوحدة 9 الأعمال التجارية والاستراتيجية الدولية Business & international strategy

<p>1.9 الأعمال التجارية والاستراتيجية الدولية و Business & international strategy</p> <p>1.1.9 التدويل</p> <p>2.1.9 النمو والتطور في الأسواق الناشئة</p> <p>3.1.9 النظام النقدي الدولي</p>	<p>2.9 الاتجاه الاستراتيجي للأعمال التجارية الدولية</p> <p>1.2.9 التدويل في النظام العالمي الجديد</p> <p>2.2.9 تأثير الثقافة في الأعمال التجارية الدولية</p> <p>3.2.9 اختيار الأسواق والبلدان</p> <p>4.2.9 نقل وoffshoring</p>	<p>3.9 استراتيجيات التدويل</p> <p>1.3.9 أسباب ومتطلبات الذهاب إلى الأسواق الخارجية</p> <p>2.3.9 التحالفات الاستراتيجية في عملية التوسع الدولي</p> <p>3.3.9 أشكال الدخول إلى أسواق دولية جديدة</p>	<p>4.9 قرارات التدويل</p> <p>1.4.9 دراسات السوق واتخاذ القرار</p> <p>2.4.9 اختيار الموقع وطريقة التشغيل</p> <p>3.4.9 اختيار الشكل القانوني المناسب</p>
<p>5.9 مراحل عملية التدويل</p> <p>1.5.9 تحليل الطلب الدولي</p> <p>2.5.9 تشخيص إمكانات التصدير</p> <p>3.5.9 تخطيط التدويل</p> <p>4.5.9 مراحل التصدير</p>	<p>6.9 التدويل حسب نوع الشركة</p> <p>1.6.9 شركات المنتجات وشركات الخدمات</p> <p>2.6.9 الشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات</p> <p>3.6.9 الشركات الصغيرة والمتوسطة ونموذج التدويل الخاص بها</p>	<p>7.9 معوقات التدويل</p> <p>1.7.9 القيود القانونية</p> <p>2.7.9 المعوقات اللوجستية والمالية والتجارية</p> <p>3.7.9 معوقات الاستثمار المباشر</p>	<p>8.9 ادارة الثقافة المشتركة</p> <p>1.8.9 البعد الثقافي للإدارة الدولية</p> <p>2.8.9 العولمة في إدارة الأعمال</p> <p>3.8.9 القيادة عبر الثقافات</p>
<p>9.9 التنوع الدولي الأداء</p>	<p>10.9 تنوع المنتجات والأسواق</p>		

الوحدة 10 Business analytics and Big Data

<p>1.10 الإدارة الإستراتيجية المبنية على البيانات</p>	<p>2.10 ذكاء العملاء (إدارة علاقات العملاء)</p>	<p>3.10 مصادر البيانات وجمع المعلومات</p>	<p>4.10 التخزين والمعالجة</p>
<p>5.10 تحليل البيانات الكبيرة للاستراتيجية</p>	<p>6.10 البرمجة العلمية وبايثون</p>	<p>7.10 تحليل متعدد إحصائيات مع R</p>	<p>8.10 Machine Learning لأجل Business Analytics</p>
<p>9.10 التعدين النص واللغة الطبيعية</p>	<p>10.10 تكامل أدوات الإستراتيجية</p>		

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.11. الاستدامة</p> <p>1.4.11. الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة</p> <p>2.4.11. أجندة 0302</p> <p>3.4.11. الشركات المستدامة</p>	<p>3.11. أخلاقيات العمل</p> <p>1.3.11. الأخلاق والأخلاقيات</p> <p>2.3.11. أخلاقيات الأعمال التجارية</p> <p>3.3.11. القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>	<p>2.11. Cross Cultural Management</p> <p>1.2.11. مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.2.11. مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.2.11. إدارة التنوع</p>	<p>1.11. العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.11. الحوكمة وحوكمة الشركات</p> <p>2.1.11. أساسيات حوكمة الشركات في الشركات</p> <p>3.1.11. دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
<p>8.11. البيئة القانونية وحوكمة الشركات Corporate Governance</p> <p>1.8.11. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية</p> <p>2.8.11. الملكية الفكرية والصناعية</p> <p>3.8.11. قانون العمل الدولي</p>	<p>7.11. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.7.11. العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.7.11. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.7.11. الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>	<p>6.11. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.6.11. المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.6.11. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة</p> <p>3.6.11. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.6.11. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>5.11. المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>1.5.11. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.5.11. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>3.5.11. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>

الوحدة 12. قيادة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.12. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.4.12. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.4.12. تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.4.12. الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.4.12. المبادرة والابتكار</p>	<p>3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء</p> <p>1.3.12. إدارة الأداء</p> <p>2.3.12. إدارة الأداء: عملية ونظام</p>	<p>2.12. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</p> <p>1.2.12. التحليل المحتمل</p> <p>2.2.12. سياسة المكافآت</p> <p>3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> <p>1.1.12. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>
<p>8.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها</p> <p>1.8.12. الإنتاجية</p> <p>2.8.12. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>7.12. الإعلام الإدارية</p> <p>1.7.12. الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية</p> <p>2.7.12. أقسام الإعلام</p> <p>3.7.12. مدير الإعلام في الشركة ملف تعريف ديركوم</p>	<p>6.12. تطوير فرق عالية الأداء</p> <p>1.6.12. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا</p> <p>2.6.12. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>	<p>5.12. تحفيز</p> <p>1.5.12. طبيعة الدافع</p> <p>2.5.12. نظرية التوقعات</p> <p>3.5.12. نظريات الحاجات</p> <p>4.5.12. الدافع والتعويض المالي</p>

الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

<p>4.13 مراقبة الميزانية والإدارة</p> <p>1.4.13 نموذج الميزانية</p> <p>2.4.13 الميزانية الرأسمالية</p> <p>3.4.13 الميزانية التشغيلية</p> <p>5.4.13 ميزانية الخزنة</p> <p>6.4.13 تتبع الميزانية</p>	<p>3.13 نظم المعلومات وذكاء الأعمال Business Intelligence</p> <p>1.3.13 الأساسيات والتصنيف</p> <p>2.3.13 مراحل وطرق تقاسم التكلفة</p> <p>3.3.13 اختبار مركز التكلفة والتأثير</p>	<p>2.13 المحاسبة الإدارية</p> <p>1.2.13 مفاهيم أساسية</p> <p>2.2.13 أصول الشركة</p> <p>3.2.13 التزامات الشركة</p> <p>4.2.13 الميزانية الرئيسية للشركة</p> <p>5.2.13 كشف الدخل</p>	<p>1.13 البيئة الاقتصادية</p> <p>1.1.13 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني</p> <p>2.1.13 المؤسسات المالية</p> <p>3.1.13 الأسواق المالية</p> <p>4.1.13 الأصول المالية</p> <p>5.1.13 الجهات الأخرى في القطاع المالي</p>
<p>8.13 التمويل الاستراتيجي</p> <p>1.8.13 التمويل الذاتي</p> <p>2.8.13 زيادة الأموال الخاصة</p> <p>3.8.13 الموارد الهجينة</p> <p>4.8.13 التمويل عن طريق الوسطاء</p>	<p>7.13 الاستراتيجية المالية للشركة</p> <p>1.7.13 الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل</p> <p>2.7.13 المنتجات المالية لتمويل الأعمال</p>	<p>6.13 والتخطيط المالي</p> <p>1.6.13 تعريف التخطيط المالي</p> <p>2.6.13 الإجراءات الواجب اتخاذها في التخطيط المالي</p> <p>3.6.13 إنشاء استراتيجية العمل ووضعها</p> <p>4.6.13 جدول التدفق النقدي Cash Flow</p> <p>5.6.13 الجدول الحالي</p>	<p>5.13 الإدارة المالية</p> <p>1.5.13 القرارات المالية للشركة</p> <p>2.5.13 قسم المالية</p> <p>3.5.13 الفوائض التقديرية</p> <p>4.5.13 المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية</p> <p>5.5.13 إدارة مخاطر الإدارة المالية</p>
		<p>10.13 تحليل وحل القضايا / المشاكل</p> <p>1.10.13 المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج (INDITEX) S.A.</p>	<p>9.31 التحليل المالي والتخطيط</p> <p>1.9.31 تحليل الميزانية العمومية</p> <p>2.9.31 تحليل قائمة الدخل</p> <p>3.9.31 التحليل الربحي</p>

الوحدة 14. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

<p>4.14. التسويق الرقمي لجذب وجعل العملاء مخلصين 1.4.14. استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت 2.4.14. إدارة علاقات الزوار 3.4.14. التجزئة المفرطة</p>	<p>3.14. التسويق الرقمي Marketing digital لتقوية العلامة التجارية 1.3.14. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية 2.3.14. Branded Content & Storytelling</p>	<p>2.14. التسويق الرقمي Marketing digital والتجارة الإلكترونية 1.2.14. أهداف التسويق الرقمي Marketing digital والتجارة الإلكترونية 2.2.14. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة 3.2.14. التجارة الإلكترونية، السياق العام 4.2.14. فئات التجارة الإلكترونية 5.2.14. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقارنة بالتجارة التقليدية</p>	<p>1.14. الإدارة التجارية 1.1.14. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية 2.1.14. استراتيجيات الأعمال والتخطيط 3.1.14. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.14. الإعلام والسمعة الرقمية 1.8.14. السمعة عبر الإنترنت 2.8.14. كيفية قياس السمعة الرقمية؟ 3.8.14. أدوات السمعة عبر الإنترنت 4.8.14. تقرير السمعة عبر الإنترنت 5.8.14. Branding عبر الإنترنت</p>	<p>7.14. شركات الإعلانات 1.7.14. المفهوم 2.7.14. أهمية الإعلام في المؤسسة 3.7.14. نوع الإعلام في المنظمة 4.7.14. وظائف الإعلام في المؤسسة 5.7.14. عناصر الإعلام 6.7.14. مشاكل الإعلام 7.7.14. سيناريوهات الإعلام</p>	<p>6.14. استراتيجية المبيعات 1.6.14. استراتيجية المبيعات 2.6.14. طرق البيع</p>	<p>5.14. إدارة الحملات الرقمية 1.5.14. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟ 2.5.14. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت 3.5.14. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية</p>

الوحدة 15. Management الإدارة

<p>4.15. أدوات. الإعلام الشخصية والتنظيمية 1.4.15. الإعلام بين الأشخاص 2.4.15. أدوات الإعلام بين الأشخاص 3.4.15. الإعلام في المنظمات 4.4.15. الأدوات في المنظمة</p>	<p>3.15. إدارة العمليات 1.3.15. أهمية الإدارة 2.3.15. سلسلة القيمة 3.3.15. إدارة الجودة</p>	<p>2.15. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها 1.2.15. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.15. General Management 1.1.15. مفهوم General Management 2.1.15. عمل Manager General 3.1.15. المدير العام ومهامه 4.1.15. تحويل عمل الإدارة</p>
		<p>6.15. إعداد خطة للأزمات 1.6.15. تحليل المشاكل المحتملة 2.6.15. التخطيط 3.6.15. تكييف الموظفين</p>	<p>5.15. الإعلام في حالات الأزمات 1.5.15. أزمات 2.5.15. مراحل الأزمات 3.5.15. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>

المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: *Relearning* أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).



اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"



تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم"

يعدك هذا البرنامج لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في عملك.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

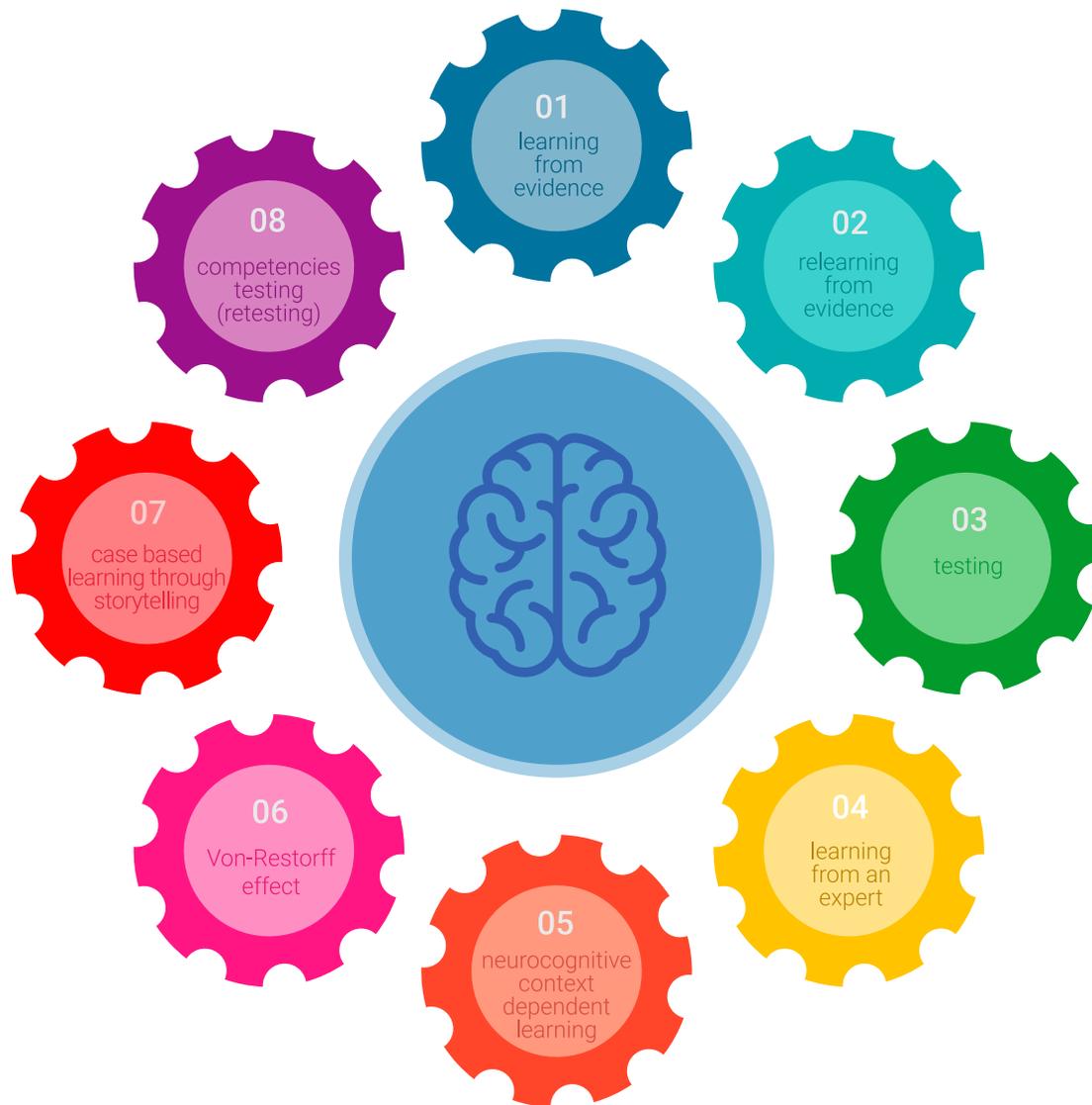
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

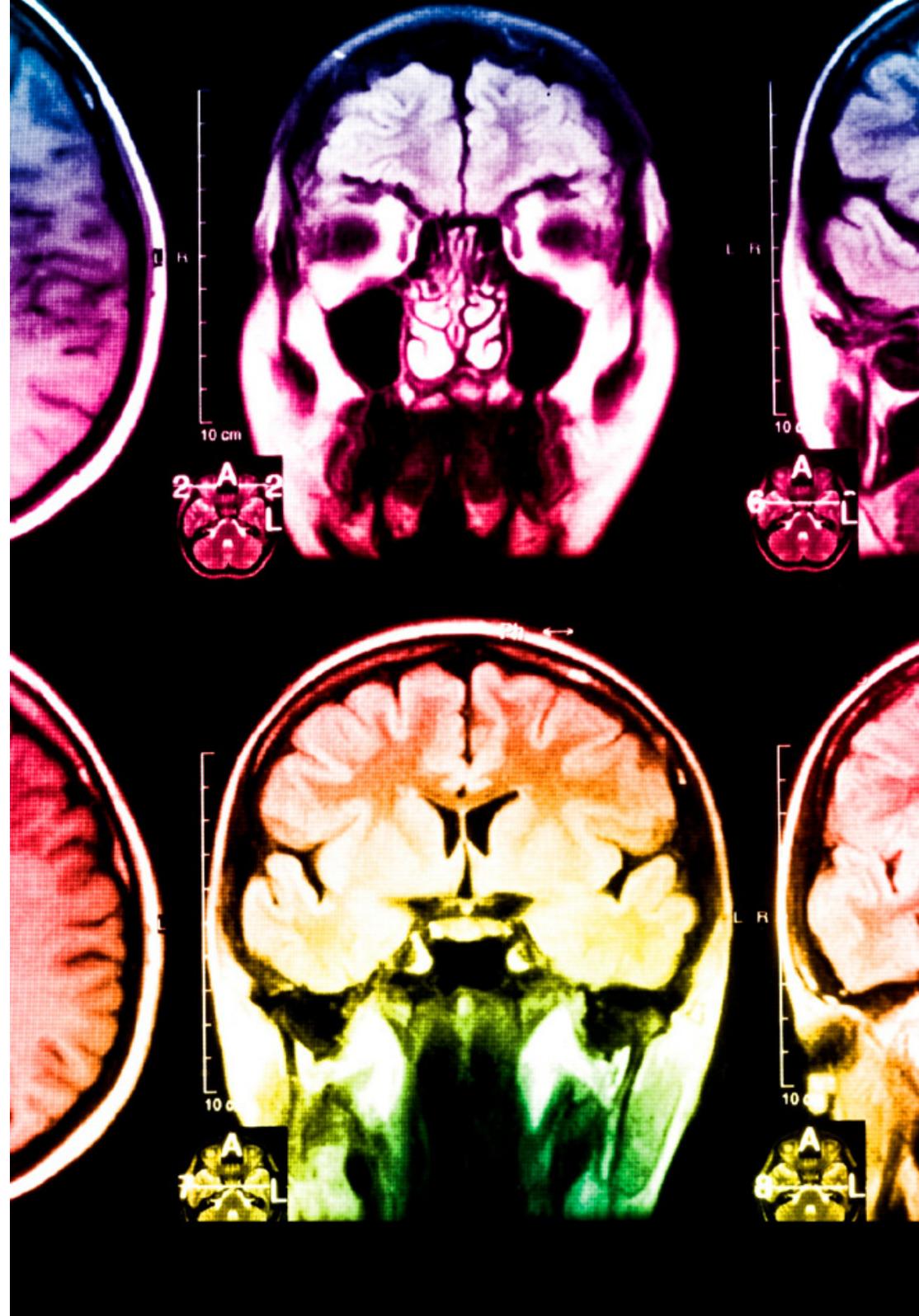


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

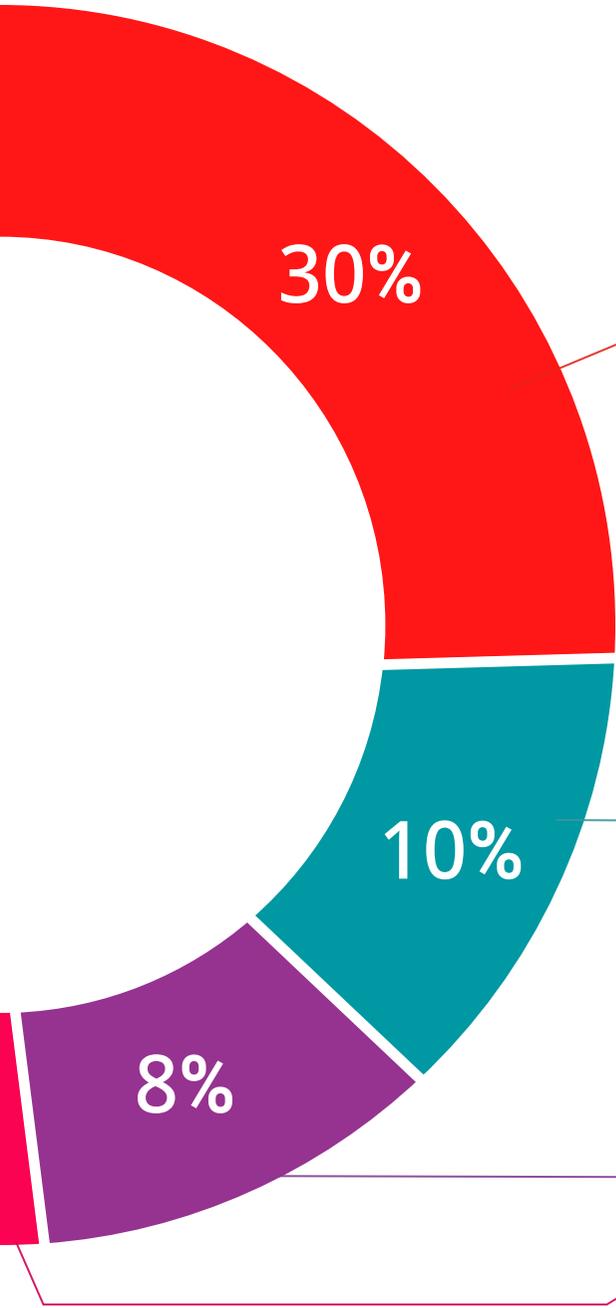
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات الإدارية



سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



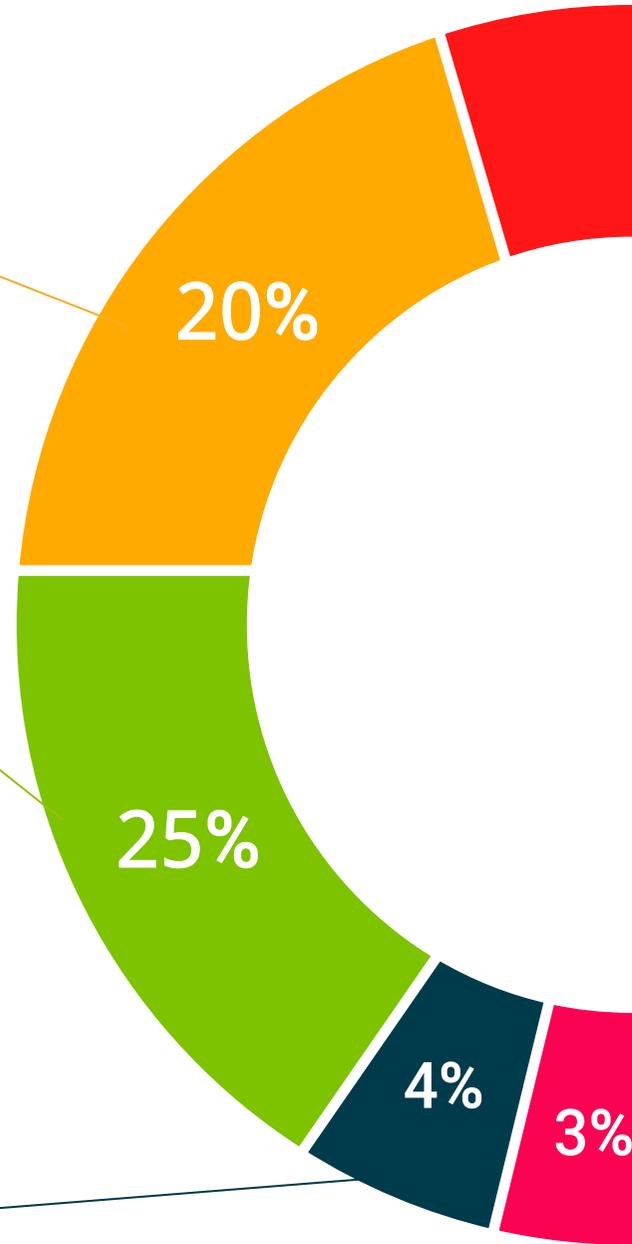
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



الملف الشخصي لطلابنا

MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer) هو برنامج يهدف إلى محترفي القطاعات الذين يرغبون في تحديث معارفهم واكتشاف طرق جديدة لتنفيذ عملهم بنجاح والتقدم في حياتهم المهنية. يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج.



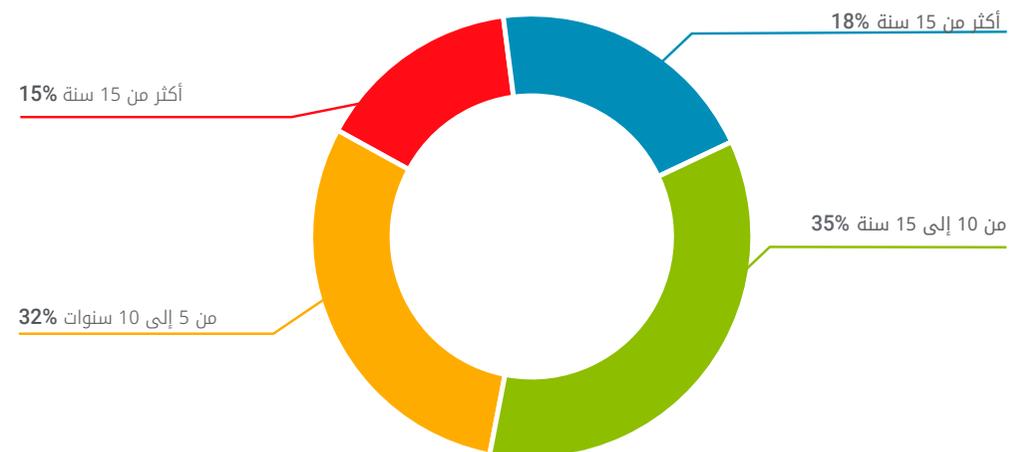
إذا كانت لديك خبرة في التوجيه والإدارة، وتبحث
عن تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية
أثناء مواصلة العمل، فهذا هو برنامجك"



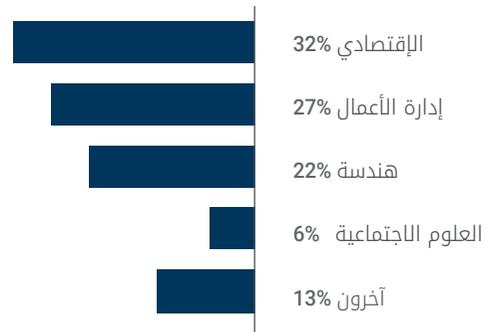
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

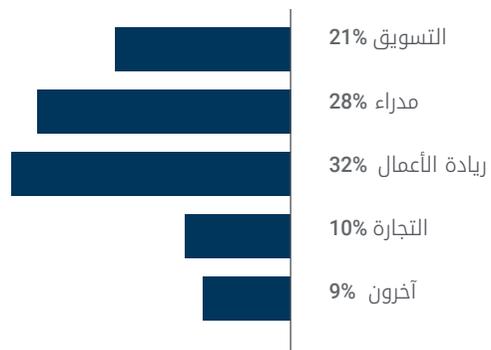
عدد سنوات الخبرة



التدريب في مجال



المؤهل الأكاديمي



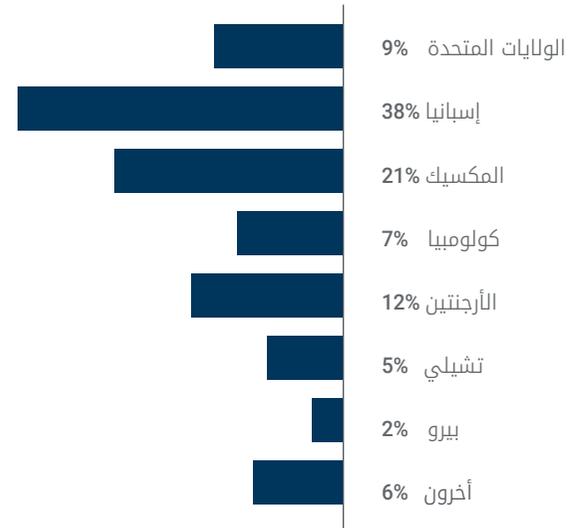


Nacho Ruiz

Chief Marketing Officer

في مهنتي، من الضروري الاستمرار في التخصص باستمرار، حيث تظهر في كل مرة تقنيات وأدوات جديدة تعتبر ضرورية للتطوير السليم للشركة. لذلك، كنت أبحث عن برنامج لبعض الوقت من شأنه أن يسمح لي باللاحاق بالركب. لحسن الحظ، وجدت في TECH الماجستير في MBA في الإستراتيجية (CSO، Chief Strategy Officer) وهو تدريب أساسي للتطور على المستوى المهني والشخصي

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يشتمل البرنامج على خبراء بارزين في إدارة الأعمال الاستراتيجية في أعضاء هيئة التدريس ، الذين يصونون في هذا البرنامج خبرة سنوات عملهم. بالإضافة إلى ذلك، يشارك متخصصون آخرون من ذوي المكانة المرموقة في المجالات ذات الصلة في تصميمه وإعداده، وإكمال الماجستير بطريقة متعددة التخصصات، مما يجعله، بالتالي، تجربة فريدة ومغذية للغاية على المستوى الأكاديمي للطلاب.

سيتم إرشادك طوال الدورة التدريبية من قبل فريق تدريس
مدرب تدريباً عالياً في إدارة الأعمال الاستراتيجية، والحصول
على دروس خصوصية كاملة"



المدير الدولي المستضاف

Ilias Jumadilov هو أحد المتخصصين الرائدون يتمتع بخبرة واسعة في أوروبا، آسيا والأمريكيتين. في الواقع، ركزت حياته المهنية على الإدارة، والاستراتيجية و تطوير الأعمال، تحقيق نجاحات ملحوظة في مختلف المناطق.

ومن ثم، فقد شغل منصب مدير الاستراتيجية المؤسسية في Schneider Electric حيث قاد عملية ومنصة الاستراتيجية العالمية. بهذا المعنى، فقد أتاح نهجها المبتكر تحديد أكثر من 100 مليار يورو منفرص النمو الجديدة وكان أساسيا سواء في بناء نماذج التنبؤ، أو فتقديم المعرفة الاستراتيجية مما عزز القوة التنافسية للشركة.

وبالمثل، فقد شغل منصب مدير المبيعات الدولية والعمليات الأوروبية في نفس المؤسسة، حيث قاد التحول التجارى في العديد من البلدان وأنشأ منظمات التميز في المبيعات التي أدت إلى زيادة الكفاءة والإنتاجية بشكل كبير. والجدير بالذكر أن أكثر من 10,000 مندوب مبيعات حول العالم اعتمدوا قدرتها على تنفيذ عمليات المبيعات وتركيزها على تجزئة محفظة العملاء، مما عزز سمعتها كشركة رائدة في المبيعات والتحول الرقمي.

بالإضافة إلى مسيرته المهنية في Schneider Electric فقد قدم استشاراته للشركات الناشئة startups حول موضوعات رئيسية مثل الذكاء الاصطناعي، و الأعمال التجارية الدولية مما يوفر معرفته العميقة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وقدرته على توجيهها لاستراتيجيات التنافسية. بالمثل، قادته خبرته في مجال Blockchain إلى المشاركة في Red Blockchain آسيا الوسطى والمساهمة بشكل كبير في تشريعات العملة الرقمية في Kirguistán. يضاف إلى ذلك عمله لصالح برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وغيره من المنظمات، التي برزت لتأثيرها وأهميتها في المجال التكنولوجي والاقتصادي..



أ. Jumadilov, Ilias

- ♦ مدير استراتيجية الشركة في Schneider Electric, بوسطن وهونج كونج
- ♦ مستشار startups في مجال الذكاء الاصطناعي والميتافيرس والأعمال التجارية الدولية
- ♦ مدير عمليات المبيعات الدولية وأوروبا في Schneider Electric وبرشلونة وAlmaty
- ♦ مدير المنتجات والتسويق في Schneider Electric, Grenoble
- ♦ أحد مؤسسي رابطة شركة Blockchain آسيا الوسطى
- ♦ ماجستير في العلوم الاقتصادية من جامعة Grenoble Alpes في فرنسا
- ♦ محاضرة جامعية في تكنولوجيا ريادة الأعمال في جامعة ستانفورد، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ تخرج في الاقتصاد والإدارة من Nacional Estatal de Kirguistán

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"



المديرة الدولية المستضافة

بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاستقطاب المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف واستراتيجية التكنولوجيا. قد شغلت طوال حياتها المهنية مناصب رفيعة في العديد من المؤسسات التكنولوجية في العديد من الشركات المدرجة على قائمة فورتشن 50، بما في ذلك NBCUniversal و Comcast. وقد مكّنه سجله الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائبة رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتعاون مع قادة الأعمال ومسؤولي الموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. هي تهدف على وجه الخصوص إلى إنشاء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. كما أنها خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل المهنيين من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما تتولى مسؤولية تعزيز علامة صاحب العمل التجارية والقيمة التي تقدمها Mastercard من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أثبتت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في مجال الموارد البشرية وساهمت في توظيف العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على البكالوريوس في الاتصال التنظيمي من جامعة ميامي، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة.

من جهة أخرى، قد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. قد نجحت أيضاً في تنفيذ برامج العافية المهنية التي زادت بشكل كبير من رضا الموظفين والاحتفاظ بهم.



أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس لاقتناء المواهب في شركة Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة
- ♦ مديرة استقطاب المواهب، NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيسة قسم التوظيف Comcast
- ♦ رئيسة قسم التوظيف في شركة Rite Hire Advisory
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة Ardor NY Real Estate
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August وشركاه
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في شركة BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ خريجة في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami



تضم TECH مجموعة متميزة ومتخصصة من المديرين الدوليين المستضافيين الذين يشغلون مناصب قيادية مهمة في أكثر الشركات تطوراً في السوق العالمية"

المدير الدولي المستضاف

طور بشكل بارز في Rick Gauthier، رائد تقني مع عقود من الخبرة في مجال التكنولوجيا في كبرى شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات مجال الخدمات السحابية وتحسين العمليات من البداية إلى النهاية. وقد تم الاعتراف به كقائد ومدير فريق ذو كفاءة عالية، حيث أظهر موهبة طبيعية لضمان مستوى عالٍ من الالتزام بين موظفيه.

فهو يتمتع بموهبة فطرية في الاستراتيجية والابتكار التنفيذي، وتطوير أفكار جديدة ودعم نجاحها ببيانات عالية الجودة. وقد أتاحت له Microsoft إدارة ودمج خدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالشركة في الولايات المتحدة. قاد في شركة Amazon مسيرته المهنية في فريقاً مكوناً من 104 أشخاص، وكان مسؤولاً عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على مستوى الشركة ودعم أقسام هندسة المنتجات في جميع أنحاء الشركة.

وقد مكنته هذه الخبرة من البروز كمدير عالي التأثير يتمتع بقدرات ملحوظة على زيادة الكفاءة والإنتاجية ورضا العملاء بشكل عام.



أ. Rick Gauthier

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات الإقليمي في Amazon, Seattle, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم البرامج العليا في Amazon
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ المدير الأول لخدمات هندسة الإنتاجية في Microsoft
- ♦ شهادة في الأمن السيبراني من Western Governors University
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري Commercial Diving من Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من The Evergreen State College



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها على ممارساتك اليومية"

المدير الدولي المستضاف



هو خبير دولي شهير يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي، والتسويق، والاستراتيجيات والاستشارات. Romi Arman وطوال مسيرته المهنية الطويلة، قام بالعديد من المخاطر، وهو مدافع دائم عن الابتكار و التغيير في بيئة الأعمال. بفضل هذه الخبرة، عمل Shell مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل للطلاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملاتها و العالم الرقمي.

لها تأثير كامن، حيث مكنت العديد من الشركات من تحسين تجارب المستهلكين، والموظفين و Arman إن الاستراتيجيات التي صممها و مشاركة الموظفين في المؤسسات، CSAT المساهمين على حد سواء. نجاح هذا الخبير يمكن قياسه كمياً من خلال مقاييس ملموسة مثل التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي للأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء في كل منها

بالتحديد، شرع المدير التنفيذي، Shell، كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحولية. مع شركة في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهودهم أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة

من ناحية أخرى، يتميز المدير التنفيذي بإتقانه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال، وهو موضوع يحمل فيه الدراسات العليا من Salesforce كلية لندن للأعمال. في الوقت نفسه، اكتسب خبرة متراكمة في مجال إنترنت الأشياء و

أ. Arman, Romi

- ♦ مدير التحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مصنعي المعدات الأصلية للسيارات والتجزئة) لشركة Shell في كوالالمبور، ماليزيا
- ♦ مستشار إداري أول (قطاع الخدمات المالية) لدى شركة Accenture من سنغافورة
- ♦ خريج جامعة Leeds
- ♦ الدراسات العليا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال لكبار التنفيذيين من كلية لندن للأعمال
- ♦ شهادة محترف تجربة العملاء CCXP
- ♦ دورة التحول الرقمي التنفيذي من IMD



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة
تعليمية؟ تقدم لك TECH أحدث محتوى في
السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون دوليًا"

المدير الدولي المستضاف



Manuel Arens هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير Arens حيث قضى معظم حياته المهنية. قد قدمت الشركة، التي Google المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في حلوباً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، و تحديثات بيانات Mountain View، يقع مقرها في البائعين وتحديد أولويات بيانات البائعين. قد قاد عملية تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف

مع أكثر من عشر سنوات من العمل في تقديم الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، يتمتع بخبرة واسعة في جميع جوانب والقياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد medicación، تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط وجائزة الريادة في البحث، جائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير وجائزة أفضل BIM، من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا

أيرلندا. في هذا المنصب، قام ببناء فريق من 4 إلى 14 عضواً في ثلاث سنوات وقاد فريق Dublin، منصب مدير المبيعات في Arens كما شغل المبيعات لتحقيق النتائج والتعاون بشكل جيد مع بعضهم البعض ومع الفرق متعددة الوظائف. كما عمل أيضاً كممثل أول للصناعة في هامبورغ بألمانيا، حيث قام بإعداد خطوط سير لأكثر من 150 عميلاً باستخدام أدوات داخلية وخارجية لدعم التحليل. تطوير وكتابة تقارير متعمقة لإثبات إتقان الموضوع، بما في ذلك فهم العوامل الاقتصادية الكلية والسياسية والتنظيمية التي تؤثر على تبني التكنولوجيا ونشرها

حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر، Siemens و Airbus و Eaton، قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء والعمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائداً بارزاً في مجاله

أ. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتكنولوجيا Google B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محلي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على TECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طبيعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دولياً في هذا المجال"

المدير الدولي المستضاف



هو مدير تنفيذي في مجال التسويق كان لمشاريعه معنى مؤثر في بيئة الأزياء. طوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير Andrea La Sala Giorgio Armani، مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Dolce&Gabbana، Calvin Klein، وغيرها.

قد ارتبطت نتائج هذا المدير من أعلى المستويات الدولية بقدرته المثبتة على تجميع المعلومات في أطر عمل واضحة وتنفيذ إجراءات ملموسة تتماشى مع أهداف العمل المحددة. بالإضافة إلى ذلك، فهو معروف باستباقيته و قدرته على التكيف مع الإيقاع السريع للعمل. ومع كل هذا، يضيف هذا الخبير وعياً تجارياً قوياً، ورؤية للسوق و شغفاً حقيقياً بالمنتجات

أشرف على استراتيجيات تسويقية مختلفة للملابس و الإكسسوارات. كما، كمدبر عالمي للعلامات التجارية و التسويق في مسؤولاً أيضاً عن تشكيل تسويق La Sala ركزت تكتيكاتهم أيضاً في مجال البيع بالتجزئة و احتياجات المستهلكين وسلوكهم. في هذا كان المنتجات في الأسواق المختلفة، حيث عمل كقائد فريق في أقسام التصميم، و الإعلانات و المبيعات

بمشاريع لتعزيز هيكلية، لكلا التطوير و التسويق لـ مجموعات مختلفة. Gruppo Coin أو Calvin Klein من ناحية أخرى، قام في شركات مثل كما كان مسؤولاً عن إنشاء تقويمات فعالة لكل من حملات البيع والشراء كما كان مسؤولاً عن شروط، و تكاليف، و عمليات و مواعيد تسليم العمليات المختلفة

أحد أهم و الأكثر تأهيل لقيادة الشركات في مجال الأزياء و الرفاهية. قدرة إدارية عالية تمكّن من Andrea La Sala قد جعلت هذه الخبرات من خلالها بطريقة فعالة من تنفيذ التموضع الإيجابي لـ علامات التجارية المختلفة وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية .

أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة أرماني للمرافقة في جورجيو أرماني، ميلانو، إيطاليا
- ♦ مدير التسويق التجاري في Calvin Klein
- ♦ مدير العلامة التجارية في Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في Dolce&Gabbana
- ♦ مدير العلامة التجارية في Sergio Tacchini S.p.A
- ♦ محلل السوق في Fastweb
- ♦ خريج كلية إدارة الأعمال والاقتصاد في جامعة Piemonte الشرقية



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في
ليقدموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً TECH
"ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"

المدير الدولي المستضاف

لى المستوى الدولي. ترتبط مسيرته المهنية الناجحة Inteligencia Empresarial مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال Mick Gram كما أنه معروف برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها تأثير. لها تأثير. Walmart و Red Bull. بمناصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل دائم على المدى الطويل على بيئة الشركات

من ناحية أخرى، يُعتبر المدير التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تبسط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيداً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها

وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل Walmart Data Cafe من أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة حيث غطى مجالات مثل Red Bull في شركة Business Intelligence قد شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Big Data. البيانات الضخمة المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. قد تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة تطبيقات الجديدة الخاصة بالمتسوقين وقنوات التسوق Walmart Luminate API

أما بالنسبة إلى تعليمه، فقد حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة مثل جامعة Berkeley في الدنمارك. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. Copenhagen في الولايات المتحدة و جامعة Berkeley على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكانياتها اللانهائية



أ. Mick Gram

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال Business Intelligence في Walmart Data Cafe
- ♦ استشاري مستقل لذكاء الأعمال Business Intelligence وعلوم البيانات Data Science
- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في Capgemini
- ♦ محط أول في Nordea
- ♦ استشاري أول ذكاء الأعمال Business Intelligence في SAS
- ♦ التعليم التنفيذي في IA و Machine Learning في UC Berkeley Colleg of Engineering
- ♦ MBA التنفيذي في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen
- ♦ الليسانس وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة عبر الأنترنت في العالم وفقاً لمجلة فوربس! ستتمكن في MBA هذا من الوصول إلى مكتبة واسعة من موارد الوسائط المتعددة التي طورها أساتذة مشهورون عالمياً

المدير الدولي المستضاف

ارتبط لأكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى الشركات في Marketing Digital هو خبير متميز في قطاع التسويق الرقمي Scott Stevenson في هذا المنصب، لعب دوراً رئيسياً في الإشراف على الخدمات اللوجستية و سير العمل، Warner Bros. Discovery، مجال الترفيه، وهي شركة الإبداعي عبر مجموعة متنوعة من المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل الإعلام الاجتماعي والبحث والعرض والوسائط الخطية

لقد كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في قيادة استراتيجيات الإنتاج فيالإعلامي المدفوع، مما أدى الى نتائج ملحوظة افضل في معدلات التحويل في شركته. في الوقت نفسه، تولى في الوقت نفسه مناصب أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير حركة المرور في نفس الشركة متعددة الجنسيات خلال فترة إدارته السابقة

شارك أيضاً في التوزيع العالمي لألعاب الفيديو و حملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً أيضاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتشكيل ووضع اللمسات الأخيرة على محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية و المقاطع الدعائية

بالإضافة إلى ذلك، يحمل الخبير اجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا والماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة في برامج Harvard كاليفورنيا، مما يدل على مهاراته في الإعلام و رواية القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. بالتالي، فإن ملفه المهني هو أحد أكثر الملفات المهنية أهمية في مجال التسويق و الإعلام الرقمي الحالي



أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير التسويق الرقمي في Warner Bros. Discovery, Burbank, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور Warner Bros. ترفيه (Entertainment)
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا
- ♦ إجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا



حقق أهدافك الأكاديمية والمهنية مع أفضل الخبراء المؤهلين في العالم! سيرشدك أساتذة MBA هذا خلال عملية التعلم بأكملها"

المدير الدولي المستضاف

هو خبير في مجال الرياضة العالمية، بنى مسيرة مهنية رائعة، وقد اشتهر بقيادته الاستراتيجية وقدرته Doctor Eric Nyquist الدكتور على قيادة التغيير والابتكار في المؤسسات الرياضية بمستوى عالي

مع سنوات عديدة من الخبرة، في Florida, Estados Unidos، في NASCAR، في الواقع، لقد شغل مناصب رفيعة مثل مدير الإعلانات والتأثير في أيضًا عددًا من المناصب القيادية، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي و المدير العام لشؤون الأعمال، Nyquist شغل الدكتور حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح بين التطوير الاستراتيجي و التسويق الترفيهي

و Chicago Bulls أيضًا بصمة كبيرة على الامتيازات الرياضية الأكثر أهمية في شيكاغو. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Nyquist ترك.. فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية Chicago White Sox

في الدوري الوطني لكرة Roger Goodell أخيرًا، بدأ مسيرته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك ك محلل استراتيجي رئيسي لدى القدم الأمريكية وقبل ذلك كمتدرب قانوني لدى الاتحاد الأمريكي لكرة القدم



أ. Eric Nyquist

- ♦ مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في فلوريدا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس التخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير العام لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago Bulls
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية
- ♦ الشؤون التجارية/متدرب الشؤون التجارية/القانونية في الاتحاد الأمريكي لكرة القدم
- ♦ من جامعة شيكاغو
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من كلية بوث لإدارة الأعمال في جامعة شيكاغو
- ♦ إجازة في الآداب في الاقتصاد الدولي من كلية Carleton



بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100%
عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

هيكل الإدارة

د. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ باحث في مرصد المركز الدولي للابتكار المستمر
- ♦ أستاذ الفلسفة ومنسق قسم العلوم الاجتماعية في كلية San Gabriel
- ♦ أستاذ في مؤسسة HÖRREUM
- ♦ دكتوراه في الفلسفة من جامعة Complutense بمدريد
- ♦ ليسانس في الفلسفة من جامعة برشلونة
- ♦ شهادة جامعية في الكفاءة التربوية من جامعة برشلونة
- ♦ باحث في UPV/EHU





مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH أن دراسة برنامج بهذه الخصائص يمثل استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا كبيرًا وبالطبع استثمارًا شخصيًا. يجب أن يكون الهدف النهائي لهذا الجهد العظيم هو تحقيق النمو المهني. لهذا السبب، نضع في TECH جميع مواردنا تحت تصرفك حتى تتمكن من الحصول على التخصص الذي تبحث عنه في وقت قصير، وبهذه الطريقة تحقق تغييرًا مهنيًا إيجابيًا يلبي توقعاتك الوظيفية.

نحن نشارك بشكل كامل لمساعدتك في تحقيق
التغيير المهني الذي تريده"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ تطور مهني ممتاز في انتظارك

MBA في الإستراتيجية (CSO ، الرئيس التنفيذي) من TECH هو برنامج مكثف من شأنه إعدادك لمواجهة التحديات وقرارات العمل على المستوى الاستراتيجي والإدارة العامة. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني: على تحقيق النجاح.

إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو موقعك.

تضع TECH كل مواردها تحت تصرفك لتدريبك على النجاح.

وقت التغيير



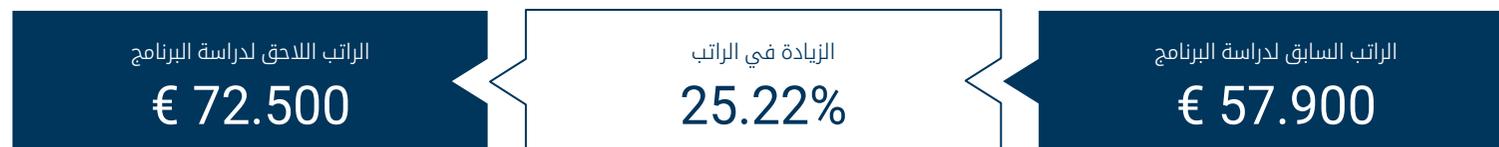
سيسمح لك التخصص الأعلى بالحصول على تحسن على المستوى المهني.

نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.22%



الفوائد لشركتك

يساهم MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer) في رفع موهبة المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص القادة رفيعي المستوى. لذلك، فإن المشاركة في هذا البرنامج الأكاديمي ستعني تحسناً ليس فقط على المستوى الشخصي، ولكن قبل كل شيء، على المستوى المهني، وزيادة تدريبك وتحسين مهاراتك الإدارية. لكن بالإضافة إلى ذلك، يعد الدخول إلى مجتمع TECH التعليمي فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكنك من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل..

بعد الدراسة معنا، سيكون لديك رؤية أكثر
عالمية للشركة والتي ستسمح لك بتحديد
ما قبل وما بعد عملك"



يعد تطوير المواهب والاحتفاظ بها في الشركات أفضل استثمار طويل الأجل.

رأس المال الفكري ونمو المواهب

سيقدم المسؤول التنفيذي الشركة إلى المفاهيم والاستراتيجيات ووجهات النظر الجديدة التي يمكن أن تحدث تغييرات كبيرة في المنظمة.

01

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

يعزز هذا البرنامج الصلة بين الشركة والمدير ويفتح آفاقًا جديدة للنمو المهني داخل الشركة.

02

وكلاء البناء للتغيير

ستكون قادرًا على اتخاذ القرارات في أوقات عدم اليقين، والأزمات مما يساعد المنظمة في التغلب على العقبات.

03

زيادة إمكانيات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية في الاقتصاد العالمي.

04

تطوير مشاريع شخصية

يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

سيزود هذا البرنامج مهنييه بالمهارات لمواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المؤسسة.

06



المؤهل العلمي

يضمن MBA الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer) التدريب الأكثر دقة وحداثة بالإضافة إلى الحصول على شهادة اجتياز الماجستير الخاص الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية
دون الحاجة إلى سفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة



إن المؤهل الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية** سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير الخاص وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **ماجستير خاص في MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)**

طريقة: **عبر الإنترنت**

مدة: **12 شهر**

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدائثاً في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل **ماجستير خاص** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
نوع المادة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
(OB) إجرائي	1500	الدرجة والاساتذجة	150
(OP) اختياري	0	طرق التسمية الاستراتيجية	150
(PR) الممارسات الخارجية	0	النظرة الاستراتيجية وعرضية الإدارة المالية	150
(TFM) مشروع لخريج الماجستير	0	السلوك التنظيمي	150
الإجمالي	1500	إدارة الأثر الإستراتيجية	150
		معرفة البرية	150
		الإستراتيجية في إدارة التسويق (Strategy in Marketing Management)	150
		التعامل التجارية والإستراتيجية الدولية	150
		مخاطر وادارة مشاريع Business	150
		القيادة والتفكير والمسؤولية الاجتماعية للشركة	150
		قيادة الفرق وإدارة التواصل	150
		الدرجة الاقتصادية والمالية	150
		الدرجة التجارية والتسويق الاستراتيجي	150
		Management الدرجة	150

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro / د.أ. رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى

ر

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro / د.أ. رئيس الجامعة

TECH APW0235 techitute.com/certificates



ماجستير شهادة خاصة MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة الى: الخريجين والمهنيين ذوي الخبرة الواضحة في التوجيه والإدارة

ماجستير خاص

MBA في الإستراتيجية (CSO, Chief Strategy Officer)